

СОДЕРЖАТЕЛЬНАЯ И ЖАНРОВАЯ СПЕЦИФИКА НОВОСТНЫХ ИНТЕРНЕТ-ПОРТАЛОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

А.А. Градюшко,

кандидат филологических наук, доцент

Белорусский государственный университет (Республика Беларусь)

E-mail: webjourn@gmail.com

Аннотация. В статье рассматриваются важнейшие тенденции развития белорусской веб-журналистики. Анализируется влияние интернет-технологий на творческую деятельность журналиста. Раскрываются некоторые закономерности функционирования интернет-СМИ. Развиваются теоретические подходы к изучению массмедиа новейшего периода в конвергентном информационном пространстве. Показывается, что в последние годы существенно изменилась структура белорусского медиарынка. Стремительное развитие сектора онлайн-медиа потеснило традиционные СМИ и вызвало заметное перераспределение финансовых, рекламных и кадровых потоков.

Ключевые слова: новости; заголовок; конвергенция; визуализация; информационные и коммуникационные стратегии; портал; интернет; онлайн-медиа; модели распространения новостей.

Summary. Article deals with the main trends of development of Online Journalism in Belarus. The analysis of the influence of digital technologies on journalists' creativity is given. Some objective laws governing the function of Internet mass media are presented. The paper advances the theoretical approaches to the study of mass media in the modern period of converged information space. Structure of Belarus media market has dramatically changed in recent years. Rapid development of online media sector put competitive pressure on traditional Mass Media and caused apparent reallocation of financial, advertising and personnel streams.

Keywords: news; headline; convergence; visualization; information and communication strategies; portal; internet; online media; models of news distribution.

Проведенный нами анализ белорусской медиасферы показывает, что в большинстве случаев наиболее успешными моделями интернет-СМИ являются порталы. Понятие «портал», как правило, включает в себя крупный сайт, объединяющий различные универсальные сервисы, которые посетители используют наряду с чтением новостей. В их перечень входят почта, поиск, форумы, финансы, погода, различные интерактивные услуги. Порталы – наиболее крупный тип интернет-СМИ в Республике Беларусь. Он является своеобразной отправной точкой входа в интернет-пространство [1, с. 52].

Попытаемся изучить журналистский аспект функционирования порталов на примере двух крупных игроков белорусского рынка интернет-СМИ: Tut.by и Onliner.by. Портал Tut.by был создан в 2000 г. бизнесменом Юрием Зиссером, портал Onliner.by – в 2001 г. журналистом Виталием Шуравко. Изначально эти

интернет-ресурсы выбрали разные стратегии развития, однако к концу 2000-х гг. их информационные поля пересеклись.

Предыстория создания Tut.by следующая. В начале марта 2000 г. журналист Сергей Дмитриев написал на форуме газеты «Компьютерные вести» о том, что у него есть идея создания бесплатного почтового сервиса для прочитавший этот форум руководитель частного унитарного предприятия «Надежные программы» Юрий Зиссер. Со дня их личной встречи 15 марта 2000 г. и начался Tut.by. После стажировок в США в 2000 г., в эпоху первого интернет-бума, у Юрия Зиссера появилась мечта создать успешный бизнес в белорусском интернете. В то время примером для всеобщего и подражания в мире был портал Yahoo!. Именно с него и взяли пример. «Наша цель – стать белорусским Yahoo!» – заявил руководитель ресурса. Разработка веб-ресурса началась в июле 2000 г. и была завершена уже осенью.

Портал Tut.by начал свою работу 5 октября 2000 г. и уже в первые месяцы стал самым посещаемым сайтом белорусского интернета. Первоначально он включал в себя лишь бесплатную электронную почту, новости в виде архива и анонсов, погоду, курсы валют, цены на топливо и гостевую книгу. В конце 2000 г. к списку сервисов были добавлены форумы. Далее идея трансформировалась в проект создания крупного портала для жителей Беларуси, который займет центральное место в белорусском интернете. Проект стал рентабельным уже в октябре 2002 г., несмотря на отсутствие иностранных инвестиций. Первые год-два портал ежедневно посещали более 20 тыс. человек. На протяжении 2001–2004 гг. в рамках портала было открыто более трех десятков тематических разделов, посвященных компьютерам, интернету, музыке, культуре, образованию, авто- и мототехнике. В данный момент их более 60.

По мере развития портала в его структуре появлялись новые сервисы – бесплатные объявления, поиск по Байнету, «Работа TUT!», «Афиша», «Каталог» и др. В 2005 г. была анонсирована система электронных магазинов, а также разделы «Финансы TUT» и «Фото TUT». В разделе «Финансы» размещена информация о курсах валют, вкладах, кредитах, сети банкоматов и филиалов банков. Есть возможность совершать платежи по банковским карточкам через интернет, вести учет трат, а также производить расчет платежей по кредитам. В конце 2006 г. был представлен раздел IT.TUT.BY, посвященный информационным технологиям. На ресурсе представлен еженедельный дайджест, актуальный сборник ИКТ-показателей белорусского рынка, календарь событий отрасли, мониторинг вакансий по белорусскому ИКТ-рынку, а также новости на темы науки и технологий. В июне 2007 г. был создан бесплатный сервис для ведения онлайн-дневников на портале Tut.by. Блогосфера Tut.by насчитывает порядка 3000 активных блогеров. Популярны также форумы. Сегодня на них зарегистрировано более 520000 пользователей.

В декабре 2007 г. начало свое вещание «Радио TUT», которое в 2008 г. сменило формат с музыкально-информационного на гостевое. В феврале 2008 в Байнете появилась первая площадка личного общения – i.Tut.by («Я TUT»).

На текущий момент в сети зарегистрировано более 1500000 пользователей. В июне 2009 г. был запущен проект, посвященный строительной тематике. В дальнейшем радио трансформировалось в интернет-телевидение Tut.by-TV. Женский ресурс портала «Леди» был запущен весной 2012 г. Он содержит новости и авторские статьи на тему здоровья, отношений, шопинга, карьеры, моды и путешествий. Проект «Авто» предлагает новости на автотематику: автобизнес, тест-драйвы, происшествия, автоспорт, позволяет воспользоваться кредитным и таможенным калькуляторами, в режиме онлайн увидеть очереди на границе. Торговая интернет-площадка портала Tut.by появилась осенью 2012 г. Она предназначена для поиска, выбора и покупки товаров в интернет-магазине. Следует иметь в виду, что в феврале 2009 г. бизнес Tut.by приобрел международный характер – совместно с российскими и казахстанскими партнерами был открыт казахстанский портал nur.kz. В период с 2010 по 2012 г. аналогичные партнерства были налажены в Азербайджане (day.az) и Узбекистане (olam.uz). В мае 2012 г. в Нигерии был запущен портал naij.com. Он стал одним из наиболее успешных проектов Tut.by. Посещаемость нигерийского портала менее чем за полгода превысила 250000 уникальных пользователей, он также имеет более 500000 подписчиков в Facebook.

Практика показывает, что все больше и больше людей заходят в сеть и читают СМИ с мобильных устройств, так что логично будет предлагать им продукт, оптимизированный под их нужды. Версия портала m.tut.by была разработана для удобства просмотра сайта с помощью мобильных устройств (телефонов, смартфонов, планшетов). Посещаемость мобильной версии в 2013 г. достигала 19 тыс. уникальных посетителей в сутки. Добавим, что белорусский портал Tut.by одним из первых среди новостных сайтов создал мобильное приложение для Android. С момента выхода в мае 2011 г. через Android Market (Google Play) его загрузили более 35 тыс. раз. При помощи мобильного приложения TUT.BY обладатели Android-устройств могут узнавать новости (в том числе региональные), обсуждать события, смотреть и загружать видеоматериалы, а также следить за эфиром мобильного телевидения.

Показательно, что основу бизнеса Tut.by составляет интернет-реклама, приносящая две трети дохода. В январе 2002 г. появился Центр электронного бизнеса Tut.by, цель которого – оказание платных и бесплатных услуг для белорусских предприятий, организаций и учреждений. Вторая по значимости доходная статья – платный хостинг. Портал Tut.by изначально представлял собой агрегатор новостей, заимствующий контент. Подавляющее большинство материалов, публикуемых на портале, составляли сообщения множества белорусских и зарубежных источников. При этом основными поставщиками белорусских новостей являлись информационные агентства (БелТА, БелаПАН, «Интерфакс-Запад»), печатные средства массовой информации («Комсомольская правда» в Белоруссии), «Советская Белоруссия», «Рэспубліка», «Звязда», «Прессбол») и интернет-издания («Белорусские новости», «Ежедневник» и др.).

По определенным причинам руководство портала отказывалось от авторских текстов. Изначально преимущество ленты новостей Tut.by заключалось в объеме предоставляемой информации. В 2004 г. на Tut.by пришла нынешний главный редактор портала Марина Золотова. Упор на уникальность контента был сделан в конце 2000-х гг. Редакцией Tut.by был взят курс на рост уникального контента с сохранением и последующим уменьшением доли заимствованного. До сих пор широкое тематическое разнообразие и формирование картины дня для своих пользователей остается одним из преимуществ ресурса. Портал Tut.by имеет на главной странице 15 рубрик, в каждой из которых ежедневно публикуется от 3 до 15 новостей. По будням в общей сложности на главной странице портала публикуется около 200 материалов, в выходные дни – около 50. Посещаемость титульной страницы TUT.BY в начале 2016 г. в сутки в будние дни составила более 600 тыс. уникальных пользователей.

Другой популярный белорусский портал – Onliner.by – начал свою работу 14 февраля 2001 г. В начале 2000-х гг. стало очевидно, что мобильная связь в Беларуси развивается стремительными темпами, однако на рынке не хватало специализированных изданий, способных удовлетворить интерес аудитории к ней. Журналист Виталий Шуравко решил открыть проект, который первоначально имел название «О мобильном». Сайт он запускал в одиночку, самостоятельно работал над дизайном, писал тексты. На начальном этапе портал представлял собой небольшой авторский блог, посвященный теме мобильных телефонов и технологий мобильной связи. В белорусском сегменте сети интернет это был первый информационный ресурс подобного рода.

Первоначально один из ведущих на сегодня игроков белорусского рынка интернет-СМИ позиционировал себя так: с февраля 2001 г. Onliner.by предлагает читателям самые свежие новости о мобильной связи и мобильных технологиях в Беларуси и во всем мире, ежемесячные обзоры рынка, тесты оборудования, тематические обзоры и аналитические статьи. Наша цель – держать вас в курсе всех важных событий, происходящих на рынке мобильной связи в нашей стране и за рубежом. Примечателен тот факт, что Виталий Шуравко по итогам четвертого белорусского интернет-форума by2002 был признан человеком года, а Onliner.by – проектом года. В 2002 г. аудитория сайта составляла 10–15 тыс. уникальных посетителей в день. Ресурс создавался как обычный тематический контент-проект, однако стремительные темпы роста пользователей интернета и мобильной связи в Беларуси за короткий срок превратили специализированный сайт в популярное интернет-издание.

Портал Onliner.by стал популярным благодаря форуму. В начале 2000-х гг. проект превратился в своеобразный виртуальный рынок, где можно было получить техническую консультацию, купить или продать любой технологичный товар, обсудить новости и просто пообщаться. К 2003 г. на форуме было зарегистрировано около 7500 человек, за два года оставлено около 200 тыс. сообщений, каждый день активными являлись более 150 тем, работали 18 модераторов. В апреле 2003 г. на Onliner.by начал формироваться каталог цифровой

и бытовой электронной техники с данными о ценах и продавцах, который в данный момент приносит portalу основную долю прибыли. На момент запуска в нем были представлены только мобильные телефоны. В каталоге Onliner.by размещено больше 254 тыс. объявлений о продаже различных товаров и услуг в 43 категориях.

Долгое время Onliner.by позиционировал себя как информационно-аналитический сайт о цифровых технологиях и мобильной связи, содержащий тематические публикации. При этом основным редакционным разделом были все те же «Технологии». Технику для обзоров предоставляли магазины. Виталий Шуравко неоднократно подчеркивал в своих интервью, что заказных материалов на Onliner.by не было никогда. Со временем тематика материалов была расширена: от мобильных телефонов авторы Onliner.by перешли к более широкой теме цифровых устройств в целом. В 2005 г. «Онлайнер» стал жить под флагом «цифрового стиля жизни», под его логотипом появилась надпись «digital lifestyle». Примечательно, что изначально все материалы на сайте имели авторство Onliner.by. Как отмечал на эту тему Виталий Шуравко, с самого начала были установлены высокие стандарты журналистики, которые исключали непрофессионализм и воровство контента.

В 2008 г. на Onliner.by пришел шеф-редактор Денис Блиц. Он начинал в должности журналиста, до этого работал корреспондентом еженедельника «7 дней», а также главным редактором интернет-телевидения ITV.BY. В конце 2000-х гг. Onliner.by начал расширяться. Посещаемый каталог цифровой техники, активный форум и сервис подачи бесплатных частных объявлений с каждым годом все более увеличивали авторитет ресурса. С каждым годом этот информационно-аналитический сайт о цифровых технологиях и мобильной связи набирал все большую популярность. В августе 2010 г. «Онлайнер» объявил об открытии абсолютно нового редакционного раздела, посвященного миру автомобилей – auto.onliner.by. Вниманию посетителей была представлена лента автомобильных новостей, рассказывающая об основных событиях в стране и мире, а также аналитические материалы. «Авто Онлайнер» изначально базировался на том, чтобы удовлетворять потребность читателя в качественных, оперативных и интересных журналистских материалах. Для работы в редакции автораздела были приглашены опытные журналисты (в том числе из республиканских газет), не первый год занятые в профессии.

Более того, как отмечали создатели Onliner.by, многие авторесурсы Беларуси в погоне за рекламными бюджетами и проплаченными статьями забывали о чаяниях простого человека. До 90% журналистских материалов – это «джинса», которую никому не интересно читать. Каждая новость или статья на auto.onliner.by давала читателям возможность высказать свое мнение в комментариях, принять участие в обсуждении проблем. Именно живое общение позволяет каждому стать членом сообщества Onliner.by. Всего за год «Авто Онлайнер» преодолел планку в 50 тыс. уникальных посетителей в сутки.

Спустя год после запуска автомобильного направления команда Onliner.by сообщила о дальнейшем развитии редакционной части сайта. 10 августа 2011 г. было объявлено о запуске раздела «Недвижимость» – realt.onliner.by. Раздел продолжал такие традиции редакции Onliner.by, как равноудаленность от всех рекламодателей, максимальная близость к читателям, беспристрастность и отсутствие «заказных» материалов. В редакции уверены, что такой подход позволит создать объективную картину в сфере недвижимости Беларуси. Таким образом, «Недвижимость» стала третьим редакционным контент-проектом Onliner.by после «Технологий» и «Авто». Вслед за ее запуском 31 августа 2011 г. вниманию читателей был представлен еще один тематический раздел «Деньги». Обо всех актуальных новостях из мира финансов, цен, банков, акций, курсов и о многом другом всегда можно оперативно узнать на странице dengi.onliner.by.

В феврале 2012 г. титульная страница портала Onliner.by заметно изменилась. Портал сообщил об отказе от концепции digital lifestyle, объявил, что вырос из новостей IT-индустрии и посягнул на следующий уровень – формат многоотраслевого новостного портала. Как указывалось в официальном заявлении, новости из мира технологий оставались главным контентом ресурса, однако затем все изменилось. Портал успешно стартовал с проектами, посвященными автомобилям, финансам и недвижимости, заметно нарастив аудиторию читателей. После редизайна сайта все новые проекты и сервисы были вынесены на главную страницу. Посещаемость портала Onliner.by в начале 2016 г. превысила 500 тыс. уникальных посетителей в сутки.

Другие белорусские порталы, созданные в середине 2000-х гг., не стали столь заметными игроками на рынке, как TUT.BY и Onliner.by. Портал 21.by, именующий себя стартовой страницей Беларуси, был создан в 2004 г. В основе концепции этого веб-ресурса лежит идея создания единой страницы простого доступа к различным источникам информации и сервисам. Портал размещает на своих страницах актуальные новости из различных источников в удобном формате. Этого позволяют добиться специально разработанные сервисы (ленты новостей, рейтинги, индивидуальный поиск новостей, динамическое облако тегов и т. д.). Ежедневная аудитория портала 21.by осенью 2013 г. составляла около 25000 уникальных посетителей в сутки (по данным Google Analytics). Портал представляет собой агрегатор, его посетители в первую очередь интересуются белорусскими новостями и справочной информацией. Основу его аудитории составляют офисные работники, бизнесмены, деловые люди в возрасте от 25 до 44 лет. Титульную страницу новостного портала EJ.BY посещает около 12000–15000 человек в сутки. «Ежедневник» не противопоставляет себя ныне действующим информационным ресурсам и не ставит задачу прямо конкурировать с ними. Сегодня в Беларуси наблюдается явный дефицит деловой информации, а потому места на информационном рынке, как считают создатели этого ресурса, хватает всем. По сравнению с упомянутыми крупными ресурсами более скромное место на информационном поле белорусского интернета занимает

портал n1.by. Он представляет собой дайджест новостей. Редакция сайта ежедневно выбирает самые интересные и актуальные новости из более 200 белорусских и зарубежных источников. Посещаемость составляет около 5000 уникальных посетителей в сутки. В октябре 2006 г. открылся портал об отдыхе и развлечениях relax.by. Проект призван помочь его посетителям организовать свой досуг, сообщить все о культурной жизни столицы, познакомить с теми местами, где можно провести свое свободное время с удовольствием. Посетителям предложены каталог развлекательных заведений и мест отдыха, афиша культурных событий Минска, а также интернет-журнал.

Таким образом, появление и развитие порталов способствовало развитию профессиональной веб-журналистики в Республике Беларусь. В настоящее время в Беларуси она институтирована как самостоятельный компонент системы СМИ. Веб-журналистика обладает своими качественно новыми специфическими особенностями, выражающимися в оперативности, интерактивности, мультимедийности, мобильности, гипертекстуальности, глобальности, а также имеет свою типологию [2, с. 15].

Значительная конкуренция со стороны российских интернет-ресурсов создает нелегкие условия для развития интернет-СМИ в стране. Наблюдается тенденция предпочтения зарубежных интернет-сервисов отечественным. В основном интернет используется как средство общения и развлечения. В этом плане особую актуальность приобретают вопросы создания конкурентоспособного белорусского контента.

Пока многие печатные СМИ еще не до конца понимают специфику рынка интернет-СМИ и запросы интернет-аудитории. В идеале для работы сайта необходимо создать хотя бы небольшую веб-редакцию. Это требует от издателей печатных СМИ принятия мер по реформированию своих изданий. Но сделать это непросто ввиду отсутствия общего подхода и единства путей решения поставленных задач, слабости кадрового состава СМИ, скудности информации о передовом опыте ведущих мировых медиапредприятий Российской Федерации [3, с. 5].

Порталы являются наиболее крупным типом интернет-СМИ в Республике Беларусь. Его преимущество перед другими заключается в многообразии сервисов, которые посетители портала используют наряду с чтением новостей. В данный момент порталы Tut.by и Onliner.by являются самыми крупными игроками на рынке интернет-СМИ в Беларуси. По нашему прогнозу, они будут усиливать свои позиции за счет развития ленты новостей, создания новых тематических проектов и расширения списка сервисов, в первую очередь мультимедийных.

Проблемы становления и развития национальной медиасистемы Республики Беларусь сегодня весьма актуальны, но неизменным остается ее вектор стремительного развития. Современный этап развития медиасферы характеризуется структурными трансформациями. Основные тренды веб-журналистики, на наш взгляд, прослеживаются достаточно четко. Некоторые из них имеют уже вполне

определенные контуры, некоторые только начинают формироваться. Пока что сектор национальных интернет-СМИ еще слишком молод, процесс их развития и информационно-коммуникационной модернизации продолжается.

Литература

1. Вартанова, Е.Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики / Е.Л. Вартанова. – М.: Медиамир, 2014. – 280 с.
2. Градюшко, А.А. Современная веб-журналистика Беларуси / А.А. Градюшко. – Минск : БГУ, 2013. – 179 с.
3. Интернет-СМИ. Теория и практика / под ред. М. М. Лукиной. – М.: Аспект Пресс, 2010. – 348 с.

ВКЛАД ИНТЕРНЕТ-СМИ РЕСПУБЛИКИ ТЫВА В ПОПУЛЯРИЗАЦИЮ И СОХРАНЕНИЕ ТУВИНСКОГО ЯЗЫКА

А.Х-К.Кужугет,

студент

Хакасский государственный университет им. Н.Ф.Катанова (Россия)

E-mail: aialga.k@yandex.ru

Научный руководитель: кандидат исторических наук, доцент **Ю.Б.Костякова**

Аннотация. В статье исследовано развитие интернет-ресурсов на тувинском языке. Дана оценка сайту республиканской газеты «Шын» как средства популяризации национального языка. Определены перспективы дальнейшего использования тувинского языка в онлайн-СМИ.

Ключевые слова: тувинский язык, интернет-СМИ, информационные потребности аудитории.

Summary. The article considers the development of Internet resources in Tuvan language. It is evaluated the site of the republican newspaper «Shyn» as a means of promotion of the national language. The further use of the Tuvan language in the online media is prospected.

Keywords: Tuvan language, online-media, information requirements.

Тувинский язык – национальный язык титульной нации Республики Тыва, составляющей 70% жителей. По данным Всероссийской переписи населения 2002 года на тувинском языке говорит около 250 тыс. человек. 98% тувинцев, живущих на территории Тувы, считают тувинский язык родным [1]. Несмотря на компактность проживания и высокий процент тувинцев, владеющих родным языком, проблема сохранения и популяризации этого языка остается актуальной. Любой язык – главный фактор этнической идентификации, и тувинский язык – не исключение.